

**PERANAN ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR PERUMUSAN  
STRATEGI PEMASARAN**

**Studi Kasus pada Hotel Shangri-La di Surabaya**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH :**

**FERLY ARIFANI**  
**No. Pokok : 049711615 E**

**KEPADA**  
**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA**  
**SURABAYA**  
**2003**

**MILIK**  
**PERPUSTAKAAN**  
**UNIVERSITAS AIRLANGGA**  
**SURABAYA**

**SKRIPSI**

**PERANAN ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR PERUMUSAN  
STRATEGI PEMASARAN**  
**Studi Kasus pada Hotel Shangri-La di Surabaya**

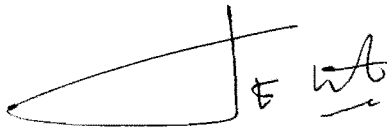
**DIAJUKAN OLEH**

**FERLY ARIFANI**

**No.Pokok : 049711615 E**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING,**



**Dra.Ec.Hj.DWI UTAMI S., MS**

**TANGGAL 2/04/.....**

**KETUA PROGRAM STUDI,**



**Dr.HAMIRUDDIN UMAR, SE**

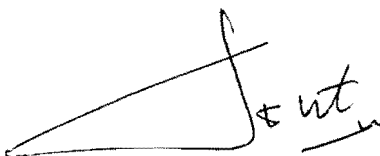
**TANGGAL .....**



Surabaya, .....10.12.....2003

**Bimbingan skripsi selesai dan siap untuk diuji**

**Dosen Pembimbing**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dwi Utami' with a stylized flourish at the end.

**Dra.Ec.Hj.DWI UTAMI S., MS**

## ABSTRAKSI

Skripsi dengan judul “Peranan Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Studi Kasus Pada Hotel Shangri-La Surabaya ini dibuat dengan mempertimbangkan kondisi industri perhotelan dan pariwisata yang cukup memprihatinkan.

Dari latar belakang masalah tersebut dapat dirumuskan masalah “Apakah faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman pada Hotel Shangri-la Surabaya berdasarkan analisis SWOT” dan “Apakah strategi pemasaran yang sesuai untuk Hotel Shangri-la Surabaya berdasarkan analisis SWOT”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Hotel Shangri-La Surabaya, kemudian merumuskan strategi pemasaran yang sesuai berdasarkan analisis SWOT tersebut.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa yang merupakan kekuatan Hotel Shangri-La Surabaya adalah : lokasi hotel, *marketing relation*, bentuk arsitektur bangunan dan desain interior, nama baik hotel, kualitas pelayanan, promosi, kualitas kerja karyawan, fasilitas hotel, fasilitas kerja karyawan, serta fasilitas dan kualitas kamar. Sedangkan yang merupakan kelemahan hotel yaitu : variasi harga kamar. Peluang bagi Hotel Shangri-La Surabaya adalah : Banyaknya aktivitas perusahaan lain yang dilakukan di hotel dan nilai tukar rupiah yang berfluktuasi. Sedangkan yang merupakan ancaman bagi Hotel Shangri-La Surabaya adalah : situasi keamanan di Indonesia, banyaknya cafe dan restoran disekitar hotel, imbas wabah SARS, adanya pemilu, adanya liburan sekolah dan persaingan yang ketat antar hotel.

Dengan melihat hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa posisi Hotel Shangri-La Surabaya dengan total skor IFE sebesar 3,260 dan total skor EFE sebesar 2,534 pada *internal-external Matrix* terletak di sel IV, dengan *grand strategy* yaitu *build and growth*. Lalu diturunkan ke tingkat *generic strategy* dengan melakukan penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Strategi pemasaran yang sebaiknya dikembangkan yaitu strategi penciptaan produk atau jasa terbaik dan strategi solusi pelanggan. Bauran pemasaran yang diterapkan adalah untuk produk dengan menyediakan kamar dengan pelayanan yang memuaskan dengan berbagai fasilitas. Pihak marketing diharapkan dapat berupaya untuk membuat program paket kamar dengan harga yang lebih murah. Promosi lebih digencarkan dengan cara beriklan di media cetak maupun *elektronik*, *personal selling*, pemasangan *billboard*, dan publikasi. Dari saluran distribusi, diharapkan memperbanyak *worldwide sales and reservations* di setiap negara yang potensial untuk memperbesar pendapatan.

Meningkatkan kualitas kerja karyawan, dengan memberikan pelatihan-pelatihan berkala dan seminar, sehingga mendukung dalam proses penghantaran jasa dengan memperhatikan budaya perusahaan serta standarisasi kualitas jasa yang ditekankan pihak hotel kepada karyawannya. Hotel Shangri-La Surabaya mempunyai *hotline customer service* bebas pulsa dengan nomor 0-800-31999 dan menempatkan dua orang *guest relation officer* dekat dengan *receptionist* dan *lobby hotel* untuk menjalin hubungan yang baik dengan tamu hotel.